

Krzysztof Łuszczek

"Children, Adolescents, and the Media", Victor C. Strasburger, Barbara J. Wilson, Amy B. Jordan, Los Angeles-London-New Delhi-Singapore 2009 : [recenzja]

Colloquia Theologica Ottoniana nr 2, 196-198

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**VICTOR C. STRASBURGER, BARBARA J. WILSON, AMY B. JORDAN,
CHILDREN, ADOLESCENTS, AND THE MEDIA, SAGE, LOS ANGELES–LON-
DON–NEW DELHI–SINGAPORE 2009**

Ks. Krzysztof Łuszczek

Wydział Teologiczny Uniwersytetu Szczecińskiego
Szczecin

W pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych XX w. ważniejsze instytuty badawcze w Stanach Zjednoczonych (m.in. American Medical Association, American Psychological Association, National Academy of Science) doszły do wniosku, że wpływ mediów na dzieci i młodzież może nieść wiele niekorzystnych konsekwencji. Ten konsensus był w jakiś sposób odpowiedzią na orzeczenie Naczelnego Lekarza USA z 1972 r., dotyczące wpływu mediów na młodych odbiorców. Poza tym w systemie medialnym zauważono szereg negatywnych cech wynikających z jego skrajnej komercjalizacji¹. Niewiele dały próby przywrócenia mediom ich obywatelskiego etosu.

Stąd potrzeba ciągłej analizy sytuacji w kontekście możliwych negatywnych skutków wychowawczych rozwoju współczesnych mediów. Jest to o tyle ważne, że media ulegają ciągłej transformacji, łatwo i niespodziewanie generując nowe problemy społeczne. W Stanach Zjednoczonych ukazało się już kilka prac poświęconych zarówno mediom, jak i środowisku wychowawczemu. Wystarczy wspomnieć o obszernym opracowaniu *Handbook of Children and the Media*² czy *20 Questions about Youth & the Media*³.

Ten typ refleksji podejmuje opracowanie *Children, Adolescents, and the Media*. Autorzy – Victor C. Strasburger, Barbara J. Wilson, Amy B. Jordan – pracują w różnych ośrodkach naukowych zajmujących się badaniami nad komunikacją masową i mediami. Licząca ponad sześćset stron praca przynosi w dużej mierze owoce badań wyspecjalizowanych instytutów badawczych: University of New Mexico School of Medicine, Department of Communication at the University of Illinois at Urbana-Champaign i Annenberg School for Communication of the University of Pennsylvania.

¹ Ben Haig Bagdikian, który od ponad dwóch dekad śledzi koncentrację kapitałową na amerykańskim rynku medialnym, zauważa, że liczba właścicieli mediów zmniejszyła się z pięćdziesięciu w 1983 r. do pięciu w 2004 r. przy jednoczesnym wzroście liczby tytułów prasowych, rozgłośni radiowych, stacji telewizyjnych i portali internetowych. B.H. Bagdikian, *The New Media Monopoly*, Boston 2004, s. 26–54.

² D.G. Singer, J.L. Singer (eds.), *Handbook of Children and the Media*, Thousand Oaks–London–New Delhi 2001.

³ S.R. Mazzarella (ed.), *20 Questions about Youth & the Media*, New York–Washington–Baltimore–Bern–Frankfurt a.M.–Berlin–Brussels–Vienna–Oxford 2007.

Potrzeba takich badań wynika przede wszystkim z tego, że amerykańska młodzież coraz więcej czasu spędza na interakcji z mediami. Śmieją się z tego, co pokazuje telewizja, grają w gry komputerowe, słuchają muzyki rap o seksie i przemocy, dzięki Internetowi kontaktują się z rówieśnikami na całym świecie. Uczestniczą w dużo większej liczbie grup społecznych niż ich rodzice i dziadkowie w okresie dzieciństwa.

Autorzy poruszają się po trzech płaszczyznach zagadnień: ukazują dzieci i młodzież jako specyficzną kategorię odbiorców mediów, zwracają uwagę na zagrożenia mogące płynąć z prezentacji rzeczywistości przez współczesne media, a także starają się zwrócić uwagę na kompetencje medialne, jakich powinni nabyć młodzi użytkownicy mediów.

Dzieci różnią się od dorosłych w interakcji z mediami. Chętnie się uczą, mają mniejsze doświadczenie życiowe i mniejsze możliwości poznawcze. Przez to są bardziej narażone na perswazyjny charakter komunikatów medialnych.

Większość programów telewizyjnych zawiera tzw. czystą rozrywkę i są one potencjalnie szkodliwe dla dzieci. Nawet te programy, które są określane jako „dla dzieci”, charakteryzują się niską jakością. Twórcy mediów boją się, że programy wyższej jakości zostaną przez dzieci odrzucone. Określają to jako „efekt szpinaku”. To w jakiś sposób tłumaczy, dlaczego tyle programów edukacyjnych jest adresowanych do przedszkolaków. Dla nich nauka to zabawa, a zabawa jest dużo łatwiejsza do prezentacji w mediach.

Jednak nie wszystkie produkcje medialne zawierają jedynie nieodpowiedzialne przekazy. W niektórych można znaleźć rzetelnie pokazane problemy przedwczesnej aktywności seksualnej i sytuacje nastoletnich matek (np. w *Beverly Hills 90210*). Są to jednak tylko wyjątki od reguły. Tak naprawdę dopiero epidemia AIDS wpłynęła na ograniczenie w jakiejś części prezentacji ryzykownych zachowań seksualnych w mediach.

Specyficznym zagadnieniem są materiały prezentowane w stacjach muzycznych dla młodzieży. Podstawowy problem wynika z tego, że mimo iż najbardziej znana stacja muzyczna – MTV – ma już trzydzieści lat, wciąż dorobek badawczy dotyczący tego segmentu telewizji jest nader skromny. O negatywnym wpływie produkcji muzycznych stacji telewizyjnych mówi się najczęściej w kontekście promocji przemocy, ryzykownych zachowań seksualnych oraz picia alkoholu.

Istnieją również poważne przesłanki świadczące o tym, że media mają wpływ na nawyki żywieniowe młodych ludzi. Są w dużej części odpowiedzialne za problem otyłości u dzieci i młodzieży, a także za fałszywe wyobrażenia na temat ludzkiego ciała. Szczególnie dziewczęta i młode kobiety zaczynają przyjmować za normę ideały kobiecości prezentowane w mediach.

Dodatkową trudność stanowi to, że dzieci przebywają w środowisku nasyconym mediami. Dotyczy to także domu rodzinnego. Badania pokazują, iż dzieci bardzo często spożywają posiłki przed ekranem telewizora, a także mają telewizor w sypialni. Wzrost liczby odbiorników telewizyjnych w domu przyczynia się do wzrostu ilości czasu poświęconego przez dzieci telewizji.

Na szczególną uwagę zasługuje podjęcie problemów związanych z kompetencjami medialnymi (*media literacy*) i edukacją medialną (*media education*). Autorzy podkreślają, że oba aspekty wychowania do odbioru mediów winny być wyraźnie oddzielone. Jest tutaj jeszcze bardzo wiele do zrobienia. Potrzeba ściślejszej współpracy z rodzicami. Istotna jest wiedza na temat produkcji komunikatów medialnych. Edukacja medialna zawiera dziś wiele pożytecznej wiedzy, ale jej podstawą zawsze będzie krytyczny stosunek do mediów. Umiejętności właściwego dekodowania mediów wymagają odpowiedniej wiedzy. Ważne jest również odpowiednie przygotowanie nauczycieli do przeprowadzenia tego typu zajęć.

Victor C. Strasburger, Barbara J. Wilson i Amy B. Jordan w swojej pracy prezentują aktualny stan badań nad wychowaniem w środowisku medialnym w Stanach Zjednoczonych. Niektóre problemy są aktualne już od wielu lat. Dotyczy to chociażby nadzoru rodzicielskiego nad oglądaniem telewizji czy korzystaniem z Internetu. Podobnie rzecz się ma ze szkodliwą zawartością przekazu medialnego. Wydaje się, że jej poziom nie zmniejsza się, natomiast rośnie świadomość społeczna problemu. Stąd działalność różnego rodzaju organizacji pozarządowych z odpowiednim zapleczem finansowym i prawnym. Doświadczenia amerykańskie są niezwykle cenne z tej racji, że Stany Zjednoczone są właściwie ojczyzną mediów masowych. Tam powstał system telewizji (stworzony w latach 20. XX w. przez W. Zworykina) oraz Internet (który wykształcił się z wojskowej sieci komputerowej ARPA-net, powstałej pod koniec lat 60. XX w.)⁴. Zmiany społeczne, jakie wywołują nowe technologie informacyjne, są w USA jaskrawo widoczne wskutek długości i głębi ich wpływu. Dobrze jest też przyjrzeć się amerykańskim próbom zahamowania negatywnych tendencji w rozwoju mediów. Dotyczy to przede wszystkim najbardziej wrażliwej grupy odbiorców – dzieci i młodzieży. W Stanach Zjednoczonych kontrola społeczna nad mediami jest w wielu wypadkach z powodzeniem realizowana na wszystkich trzech poziomach: państwowym, obywatelskim i rodzicielskim.

⁴ Por. K. Łuszczek, *Niezwykłe początki. Jak powstała telewizja, Internet i telefon komórkowy*, „Symbolae Europaeae. Studia Humanistyczne Politechniki Koszalińskiej” 3 (2010), s. 133–146.